

image not found or type unknown



В России наблюдается значительное усиление интереса к вопросам культуры организации не только со стороны ученых и исследователей, но и со стороны основателей бизнеса и руководителей компаний, что следует отнести к одним из позитивнейших моментов нашего времени.

Культура помогает концентрировать усилия на главных стратегических направлениях, определяемых в соответствии с основным предназначением компании – ее миссией. Трудно найти компанию, которая не хотела бы обладать сильной организационной культурой.

Только сильная культура способна создать то социально – экономическое поле, которое обеспечит наивысшую производительность, успешность компании и приверженность ее сотрудников.

Культурой нужно заниматься не менее серьезно, чем любыми другими аспектами деятельности компании. Современному менеджеру-руководителю необходимо уметь грамотно осуществлять диагностику культуры. Определять направления ее движения, анализировать факторы, оказывающие на нее наибольшее воздействие, осуществлять корректировку тех или иных элементов и параметров культуры.

Культура относится к субъективно- объективным категориям, в значительной степени зависящим от восприятия, эмоциональных оценок, уровня интеллектуальной зрелости, воспитания. Организационной культуру нельзя навязать, но ею можно и нужно умело управлять.

Феномен организационной культуры.

Организационная культура — это система общепринятых в организации представлений и подходов к постановке дела, к формам отношений и к достижению результатов деятельности, которые отличают данную организацию от всех других

Все организации независимо от целей деятельности создаются и действуют в определенной культурной среде. Она во многом определяет смысл их существования, действует как извне, так и внутри организации.

Во-первых, культура представляет собой совокупность общих для группы ценностей, убеждений, средств выражения. С помощью норм и санкций она служит для упорядочения опыта и регулирования поведения членов этой группы. Латинское значение слова культура «Colere» означает культивировать или возделывать почву, немецкое слово «Kultur» означает высокий уровень цивилизации. Во-вторых, в жизни людей культура в значительной мере осуществляет ту же функцию, которую в жизни животных выполняет генетически запрограммированное поведение. Поскольку она не приобретается биологическим путем, каждое поколение воспроизводит ее и передает следующему поколению. Этот процесс является основой социализации. В результате усвоения ценностей, верований, норм, правил и идеалов происходит формирование личности человека и регулирование его поведения.

Люди всегда живут и действуют в культурном контексте. Именно культура определяет те различия, которые существуют между народами и этносами. Как шутливо заметил социолог Ян Робертсон: «Американцы едят устриц, но не улиток. Французы едят улиток, но не кузнечиков. Зулусы едят кузнечиков, но не рыбу. Евреи едят рыбу, но не свинину. Индийцы едят свинину, но не говядину. Русские едят говядину, но не змей. Китайцы едят змей, но не людей. Жители Новой Гвинеи из племени Жале считают людей деликатесом». В дополнение к нормам, принятым в обществе, каждая группа людей, в том числе и организация, вырабатывает собственные культурные образцы, которые получили название организационной культуры.

Почему исследования организационной культуры приобрели такую значимость в социологии и организационной науке? Первоначальным толчком стал интерес западных ученых к «японскому чуду» — экономическому взлету Страны восходящего солнца в 60-70-х годах XX века. Эксперты по управлению назвали его «японским вызовом» классическим моделям менеджмента и теории организаций. О феномене «японского чуда» специалисты, работающие над вопросами управления организациями, заговорили в 70-х годах. Действительно, как могло случиться, что страна, имевшая в первые годы после второй мировой войны 25% трудоспособного населения безработными и уровень национального производства, соответствующий уровню десятилетней давности, уже в 60-е годы вышла на беспрецедентные темпы экономического роста? Поиск ответа на этот вопрос привел к становлению и развитию такого важного направления исследований, как анализ корпоративной культуры организации (организационной культуры).

Организационная культура из этнической, национальной характеристики перешла в разряд социальных феноменов, свойственных всякой организации как совокупности людей, выполняющих совместную целенаправленную деятельность. Для авторов, работающих в русле этого подхода (Т. Питерс и Р. Уотермен, Б. Кларк, Э. Мартин, М. Шульц, У. Оучи), организационная культура стала отражением организационных ценностей и способов деятельности. Именно эти свойства организации как социального института признаются культурными и являются объектом управления.

Таким образом, из всего вышеперечисленного можно сделать заключение о том, что многие ученые и практики отмечают понятие организационной культуры как полезное явление и в исследовательском, и в практическом аспектах. Однако единой концепции организационной культуры не существует. Обилие различных ее определений объясняется, прежде всего, широтой содержания этого понятия. Даже в антропологии, откуда оно заимствовано, много разных школ и даже индивидуальных версий культуры. Отчасти поэтому весьма разнообразные по типу и тактике проведения исследования организационной культуры – сравнительные и лонгитюдные, имитационно-экспериментальные, полевые, консультативная практика, – а также по типу обследуемых организаций – деловые фирмы, больницы, университеты, – трудно сопоставимы между собой. Тем не менее, не смотря на критику применения самого понятия “организационная культура” и попытки замены его другими конструктами, данное направление исследований организационного поведения завоевывает все больше сторонников и среди ученых, и среди менеджеров-практиков.